

Frankfurt, 16. Mai 2019

Pressemitteilung

Auf der digitalen Überholspur: Wie Kfz-Fans auf das Internet setzen

Die neueste Sonderauswertung „Automobil“ aus der Reihe agof facts & figures spürt den Interessen, Einstellungen und dem Verhalten der digitalen Auto-Liebhaber nach

Den Deutschen wird gerne eine ganz besondere Beziehung zum Auto nachgesagt, das ist auch in den digitalen Zeiten unverändert. Denn das Internet hat längst Einzug in den fahrbaren Untersatz gehalten. Bereits 14,9 Prozent der digitalen User in Deutschland gehen über ihr Smartphone direkt in ihrem am häufigsten genutzten Pkw ins Internet, 4,8 Prozent und damit immerhin 2,81 Millionen Deutsche haben in diesem bereits einen fest verbauten Internetzugang. Auch für das Thema Automobil generell setzen die Onliner gerne auf das World Wide Web: 37,2 Prozent informieren sich dort über Autos und knapp eine Millionen (1,6%) hat bereits ein Auto über das Internet gekauft. Der Online-Kauf ist dabei nicht automatisch nur etwas für die jungen Zielgruppen, vielmehr sind Männer und User ab 50 Jahre dafür überdurchschnittlich affin. Auch beim Zubehör führt der Weg inzwischen gerne ins Internet, bereits 7,2 Prozent kaufen ihre neuen Reifen bei einem Online-Händler. Und dafür haben die Onliner sicher einigen Bedarf: Bei über dreiviertel der User (84,6%) ist mindestens ein Pkw im Haushalt vorhanden, bei rund zwei Millionen Usern sogar drei oder mehr.

Bei so viel Begeisterung für Autos darf die passende Absicherung natürlich nicht fehlen: In 65,8 Prozent der digitalen Haushalte ist eine Kfz-Haftpflichtversicherung vorhanden, 50,6 Prozent besitzen eine Kfz-Teilkasko- und 38,5 Prozent sogar eine Kfz-Vollkasko-Versicherung. Und für die perfekte Absicherung, wenn doch einmal etwas passiert, setzen 32,0 Prozent außerdem auf eine Verkehrs-Rechtsschutzversicherung.

Neben Sicherheit werden auch Themen wie Umwelt und alternative Antriebe zunehmend wichtiger – spiegeln sich aber noch nicht eindeutig im aktuellen (Auto-)Kaufverhalten wider. So planen rund 20 Prozent der digitale User in den kommenden zwei Jahren ein gebrauchtes Auto mit Benzinmotor anzuschaffen, nur 5,5 Prozent denken noch an einen Dieselmotor. Bei der Anschaffungsplanung eines Neuwagens sind es sogar nur 5,0 Prozent. Noch recht zurückhaltend ist dagegen die konkrete Kaufplanung von alternativen Antrieben. Nur ca. eine Millionen User möchte sich in den nächsten 24 Monaten einen Neuwagen mit Hybridantrieb zulegen (1,6%). Etwa 390.000 User haben vor, ein neues Auto mit Elektronantrieb zu kaufen, noch weniger (0,4%) denken über einen Neuwagen mit umweltfreundlichem Antrieb (Biogas, Methanol, Erdgas) nach.

Die agof facts & figures analysieren die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet auf Basis der agof daily digital facts. Die vorliegende Ausgabe rund um das Thema Automobil beruht darüber hinaus auf den integrierten Merkmalen aus der VuMA Touchpoints der Verbrauchs- und Medienanalyse (VuMA) sowie der best for planning (b4P) der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK). Anhand dieser Daten werden verschiedenste Aspekte des Themenbereichs

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J EMS | IP DEUTSCHLAND
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SCORE MEDIA GROUP | SEVENONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

„Automobil“ beleuchtet, sowohl Besitz und private Nutzung, Interesse und Anschaffungsabsichten sowie Versicherungslage. Dabei werden insbesondere auch die digitalen Aspekte wie Online-Informationssuche oder Online-Kauf unter die Lupe genommen, abgerundet durch die Mediaspendings der Branche.

Der ausführliche Berichtsband zur neuesten Ausgabe der agof facts & figures, inklusive Tabellen und Grafiken, steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> zur Verfügung.

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger
agof Pressesprecherin
Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.metzger@agof.de